

2 . 携帯電話・PHS の利用内容

2.1 携帯電話・PHS で話す内容

携帯電話・PHS で話す内容としては、「待ち合わせなどの約束や連絡」が 68.0%、相手や自分の居場所の確認」が 45.0%、「帰宅の連絡」が 42.6%と、いずれも移動中や外部でのいわゆる道具的な利用が高い比率を占めている。一方、「そのときあった出来事や気持ちの伝達」は 21.3%、「特に用件のないおしゃべり」は 18.2%と、利用自体を目的としたようないわゆるコンサマトリー的な利用は全体としては二割程度にとどまっている。

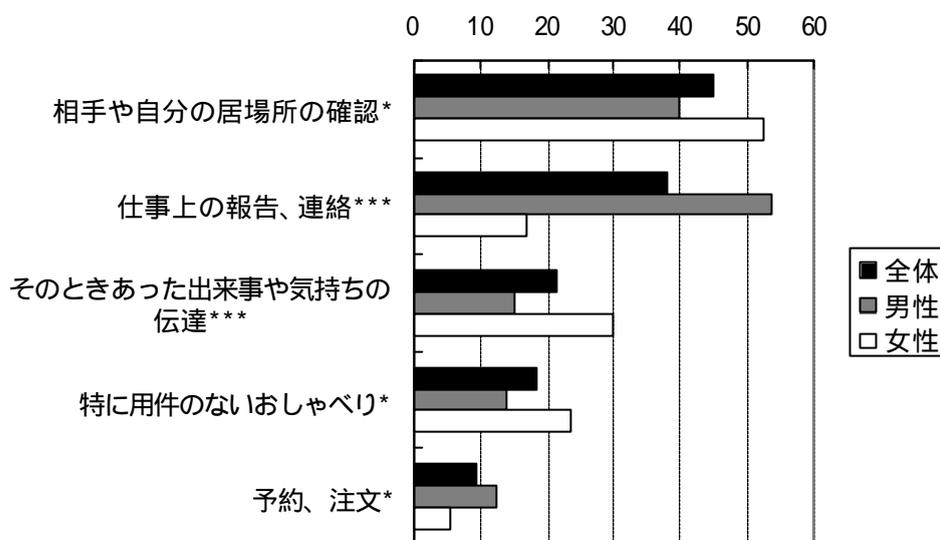


図 2.1.1 話す内容（男女別）

（男女については χ^2 検定 *** : $p < 0.001$ ** : $p < 0.01$ * : $p < 0.05$ ）

これを男女別にみたのが、図 2.1.1 である。男女別にみて有意差があった項目で、もっとも差が大きいのが、「仕事上の報告、連絡」で、男性が 5 割を上回っているが、女性は二割に満たない。その他で差が有意であった項目では、「相手や自分の居場所の確認」で、女性の方が回答比率が 5 割を超えている。また、「そのときあった出来事や気持ちの伝達」、「特に用件のないおしゃべり」といったコンサマトリーな項目でもいずれも女性での比率が多くなっている。男性において「予約・注文」の項目が多いことから見ても、男性に道具的利用・女性にコンサマトリー的利用という傾向を大きく見てとることができる。

次に、年齢別にみたものが図 2.1.2 である（ただし、有意差の検定は年齢の実数と回答の順位相関係数による）。30 代以上の年齢層にいずれも「仕事上の報告、連絡」の利用が多いのに対して、20 代以下の層に「そのときあった出来事や気持ちの伝達」、

「特に用件のないおしゃべり」といった利用が、特に若い年齢層になるにしたがって多くなっている。

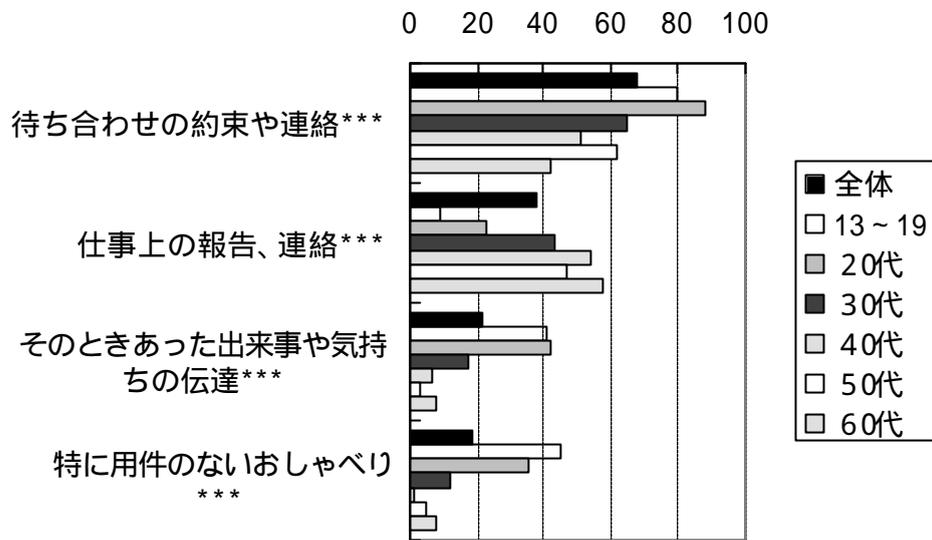


図 2.1.2 話す内容（年齢別）

（年齢実数値との順位相関係数による検定 *** : $p < 0.001$ ** : $p < 0.01$ * : $p < 0.05$ ）

さらに、職業形態別にみたところでは、図 2.1.3 のような結果となった。差が大きく見られたのは「仕事上の報告、連絡」で、当然ながらフルタイムのものに回答比率が高いが、同時に無職のものも比較的高い比率を見せている。これは退職後も職場とのつながりを持つ中で、業務上の相談や指示などを受けたりするような例が以前の聞き取り調査で見られたことから、そのような職場関係の維持を背景としている場合があると考えられる。

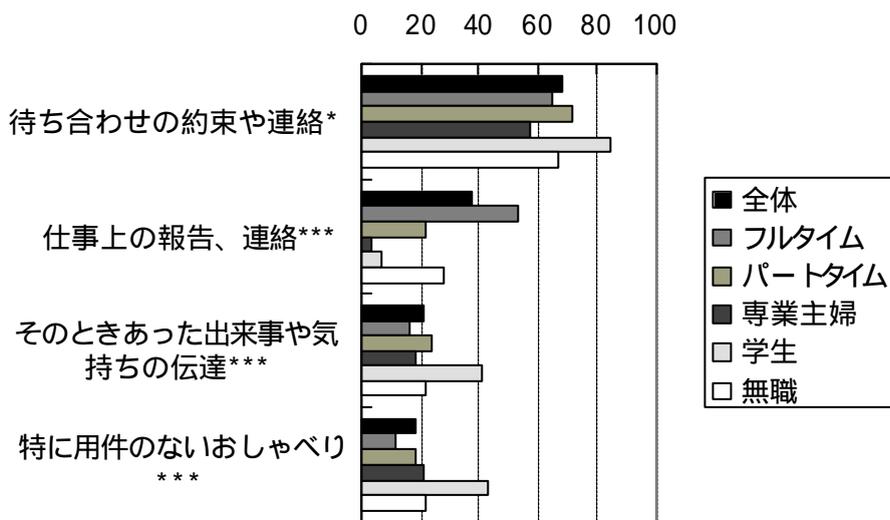


図 2.1.3 話す内容（職業形態別）

（職業形態については χ^2 検定 *** : $p < 0.001$ ** : $p < 0.01$ * : $p < 0.05$ ）

一方、「そのときあった出来事や気持ちの伝達」、「特に用件のないおしゃべり」といった利用は学生において非常に高くなっており、年齢の相関によるものと考えられる。

また、「仕事上の報告、連絡」について、さらに細かい業種別に傾向をみると、「会社団体役員」、「自営業種」に利用が特に多く、「事務職」に少ないという有意な差が見られた(²検定、 $p<0.001$)。

2.2 利用目的

携帯電話・PHS を利用する目的については、「家・勤め先では連絡が付きにくい人に連絡するため」が64.6%、「病気や事故などの緊急時に備えて持ち歩く」が60.8%、「自動車で移動中に連絡を取るために使う」が30.5%と、いずれも携帯電話・PHS の特性に即した目的が高くなっている。

属性別に特徴をみたところでは、まず男女別では「自動車で移動中に連絡を取るために使う」についてやや男性が多いという差が見られた($p<0.01$)ものの、顕著な違いは見られなかった。

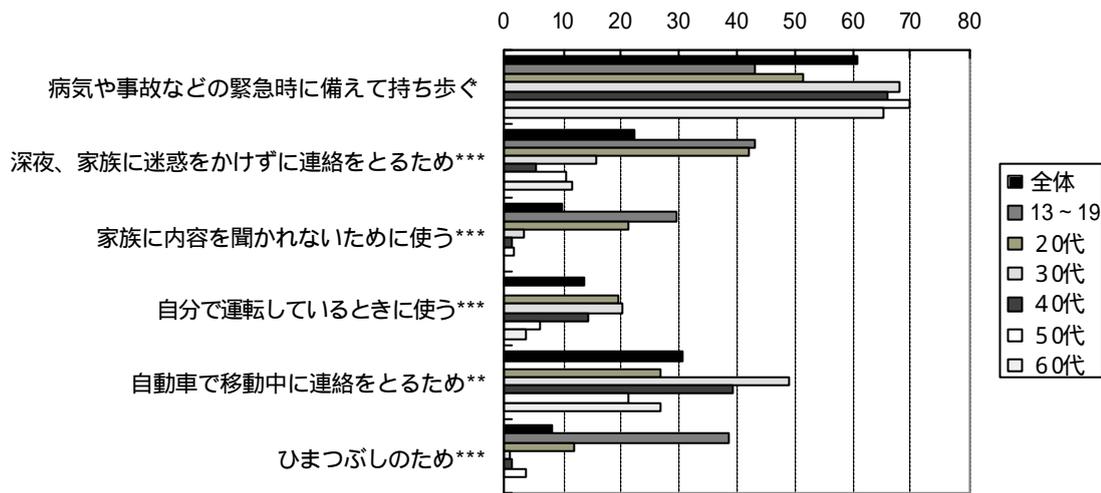


図 2.2.1 携帯電話・PHS の利用目的 (年齢別)

(年齢については ²検定 ***: $p<0.001$ **: $p<0.01$ *: $p<0.05$)

次に、年齢別でみたところ、図 2.2.1 に示すような結果が得られた。「病気や事故などの緊急時に備えて持ち歩く」が高齢の層に比較的多く、「自動車で移動中に連絡を取るために使う」、「自分で運転している時に使う」といったものが20代から40代にかけて多くなっている。これに対して、「深夜、家族に迷惑をかけずに連絡を取るために使う」、「家族に内容を聞かれないために使う」といった家族関係に関する利用が10代に特定して高い回答比率となっている。

職業形態別でみたところでは、図 2.2.2 に示すように、「病気や事故などの緊急時に備えて持ち歩く」が無職のほか、専業主婦に多い。また、「自動車で移動中に連絡を取る」についても、専業主婦はフルタイムについで多くなっている。年齢での傾向と同様に、

「深夜、家族に迷惑をかけずに連絡を取るために使う」、「家族に内容を聞かれないために使う」はやはり学生に関して多い利用となっている。

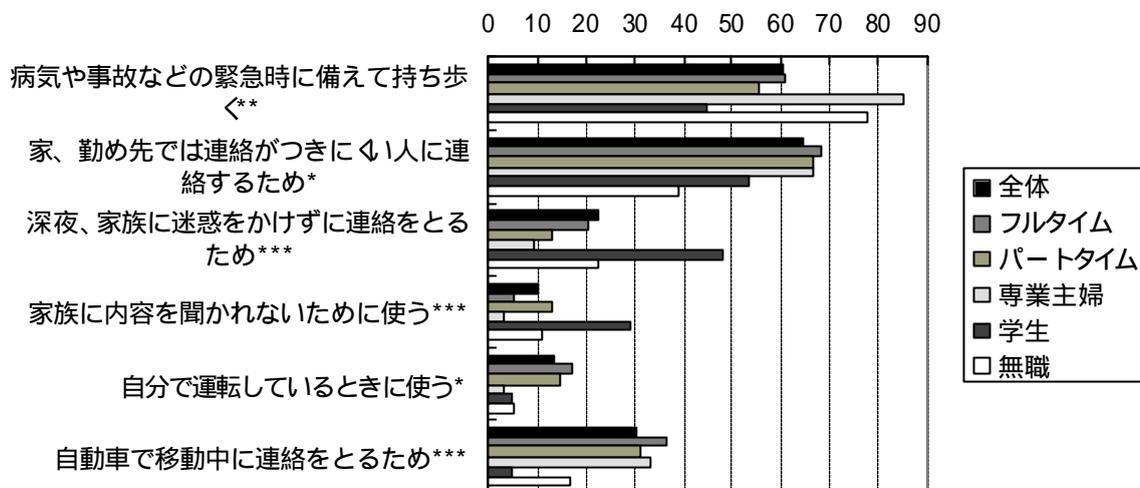


図 2.2.2 携帯電話・PHS の利用目的 (職業形態別)

(職業形態については χ^2 検定 ***: $p < 0.001$ **: $p < 0.01$ *: $p < 0.05$)

2.3 携帯で展開する私的な会話

(1) プライベート利用の因子

携帯電話・PHS で話す内容について、比較的回答の偏りのない項目を選んで因子分析(主成分法)にかけたところ、表 2.3.1 に示すような結果となった。三因子のうち第一の因子は「用件のないおしゃべり」、「気持ちの伝達」と、コンサマトリーで非常にプライベート性の高い内容の項目からなる因子として析出された。第二因子は「待ち合わせの約束」、「居場所の確認」、「待ち合わせ等の変更」といった、外出時に関する内容の項目から構成された。

	因子	因子	因子	共通性
用件のないおしゃべり	<u>0.725</u>	-0.081	-0.184	0.566
出来事や気持ちの伝達	<u>0.715</u>	0.064	-0.119	0.530
待ち合わせの約束	0.255	<u>0.536</u>	-0.320	0.455
居場所の確認	-0.015	<u>0.776</u>	-0.094	0.611
待ち合わせなどの変更	-0.111	<u>0.790</u>	0.151	0.659
仕事上の報告、連絡	-0.288	-0.078	<u>0.783</u>	0.703
帰宅の連絡	<u>-0.615</u>	-0.042	<u>-0.570</u>	0.705
説明分散	1.576	1.531	1.122	4.229

表 2.3.1 携帯電話・PHS の会話内容の因子分析 (バリマックス回転後)

ここでは特に第一因子としてのプライベート利用に注目し、どちらか一方の項目を選択した場合と、全く選択をしなかった場合に分けた上で、前者を「プライベート派」、後者を「非プライベート派」とし、それぞれの特徴を見る(比率は前者が 30.0%、後者が 70.0%)

であった。)

(2) プライベート利用と携帯電話の利用頻度・通話時間

まず、携帯電話・PHS との利用頻度について、私用についての利用頻度・通話時間のそれぞれでみたところ、図 2.3.1 と図 2.3.2 のようになった。いずれの場合にもプライベート派において利用が活発であることが示されている。

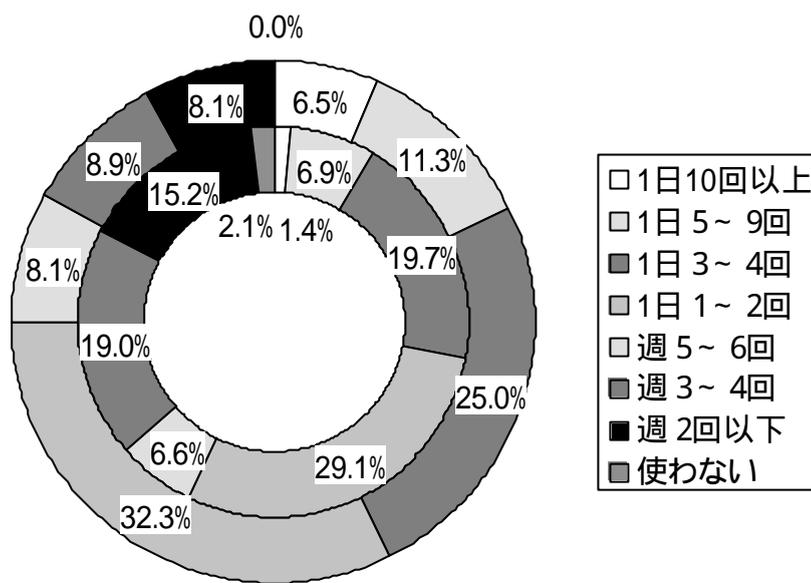


図 2.3.1 携帯電話・PHS の利用頻度 (会話内容別)

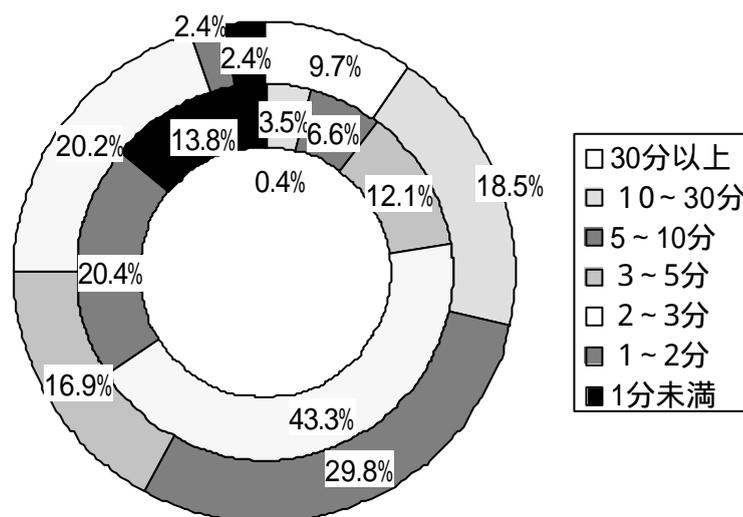


図 2.3.2 携帯電話・PHS の平均通話時間 (会話内容別)

いずれも内 = 非プライベート派・外 = プライベート派 (χ^2 検定 $p < 0.01$)

(3) プライベート利用と会話の相手

プライベート利用を携帯電話・PHSでよく話をする相手との関連で見たとところ、図 2.3.3 のような結果が得られた。当然ながら、「仕事上の関係」を選択する人はプライベート派の中では少ないが、特に注目されるのは、「家族」とよく話す人が、プライベート派よりも非プライベート派の中で有意に多い点である。一般的な「私的/公的」といった領域の区分では家族はプライベートな領域であり、またそこでの会話としてもプライベート性が高いものと考えられるが、ここではそうした一般的な私的領域の概念とは別に、極私的領域とでもいえるようなものとして、「恋人」・「友人」といったものがプライベートな会話の相手として選択されていることがうかがえる。中でも「友人」については、「ふだんあまり会わない友人」であっても、プライベート派においては相手として選択される比率が有意に高く、距離的な近接を超えた空間の中でプライベートな会話が開いていると考えられる。

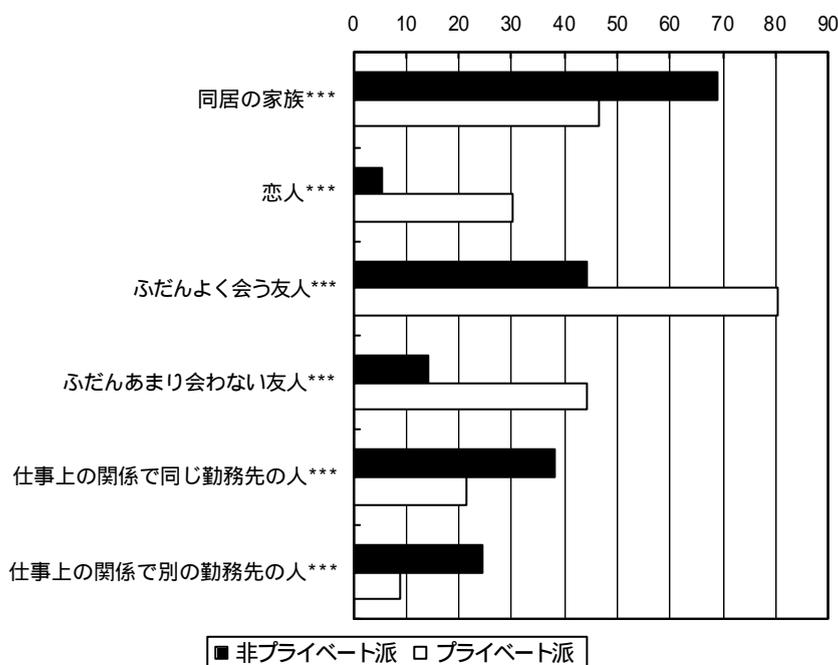


図 2.3.3 携帯電話・PHS でよく話す相手（会話内容別）

（会話内容については χ^2 検定 *** : $p < 0.001$ ** : $p < 0.01$ * : $p < 0.05$ ）

(4) プライベート利用と電話の利用習慣

次に、電話を利用する上での習慣との関連で見たところ、図 2.3.4 のように、いずれの項目においても二つのグループ間で有意な差が見られた。このうち、「自分の好きなシールやストラップをつける」や「着信音を好みのものに変えている」といった、自分専用のものとして機器をカスタマイズするという行動において、プライベート派が特に多いという

結果が見られた。こうした傾向は 1999 年の調査においても同様のものが見られており(橋元ほか,2000) こうした行動に見られる自分専用の電話という意識が非常にプライバシー性の高い会話を行う背景となっていると考えられる。一方、「番号はごく親しい人にしか教えていない」という習慣は、非プライベート派に多く、このことはプライベートな会話であっても、それが何らかのプライベートな人間関係の成立を必ずしも前提としているわけではなく、むしろオープンな人間関係の中で展開していることを示すものと考えられる。

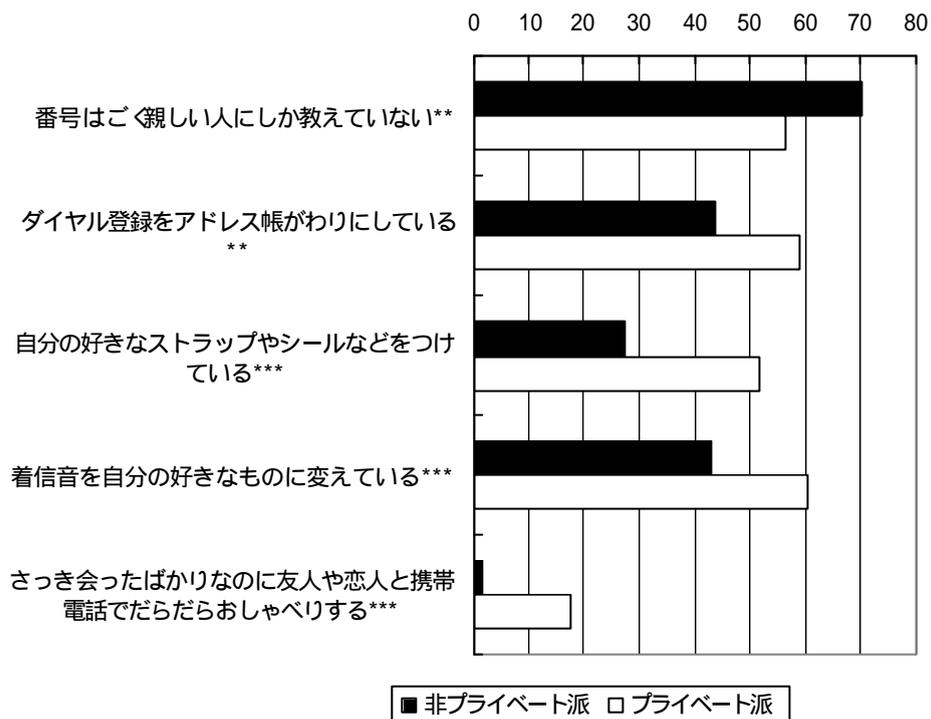


図 2.3.4 携帯電話・PHS に関する利用習慣（会話内容別）
 （会話内容については χ^2 検定 *** : $p < 0.001$ ** : $p < 0.01$ * : $p < 0.05$ ）

(5) プライベート利用と携帯電話を利用した後の変化

携帯電話・PHS を利用するようになってからのでの変化との関連では、図 2.3.5 に示すように、「深夜、夜間などに人と連絡を取り合うことが増えた」、「携帯、PHS を持っている友達との結びつきが強くなった」などといった、人間関係に関する変化についてプライベート派の回答が多く、特に非プライベート派と大きな差が見られた。一方、「つねに持ち歩いていないと不安を感じるようになった」、「出たくない時にもかかってくるので迷惑だと感じるようになった」といったネガティブな面に関してもプライベート派の方が回答が有意に多く、利用頻度が高いことの弊害もそれだけ強く意識されていると考えられる。

一方、非プライベート派については、「もつことで家族が安心するようになった」という

項目についての回答が有意に高く、(4)の結果で番号を教える相手が限定されていることなども合わせて、私的な意味では家族に限定した利用がなされており、その効用が家族に関連して意識されていることがうかがえる。

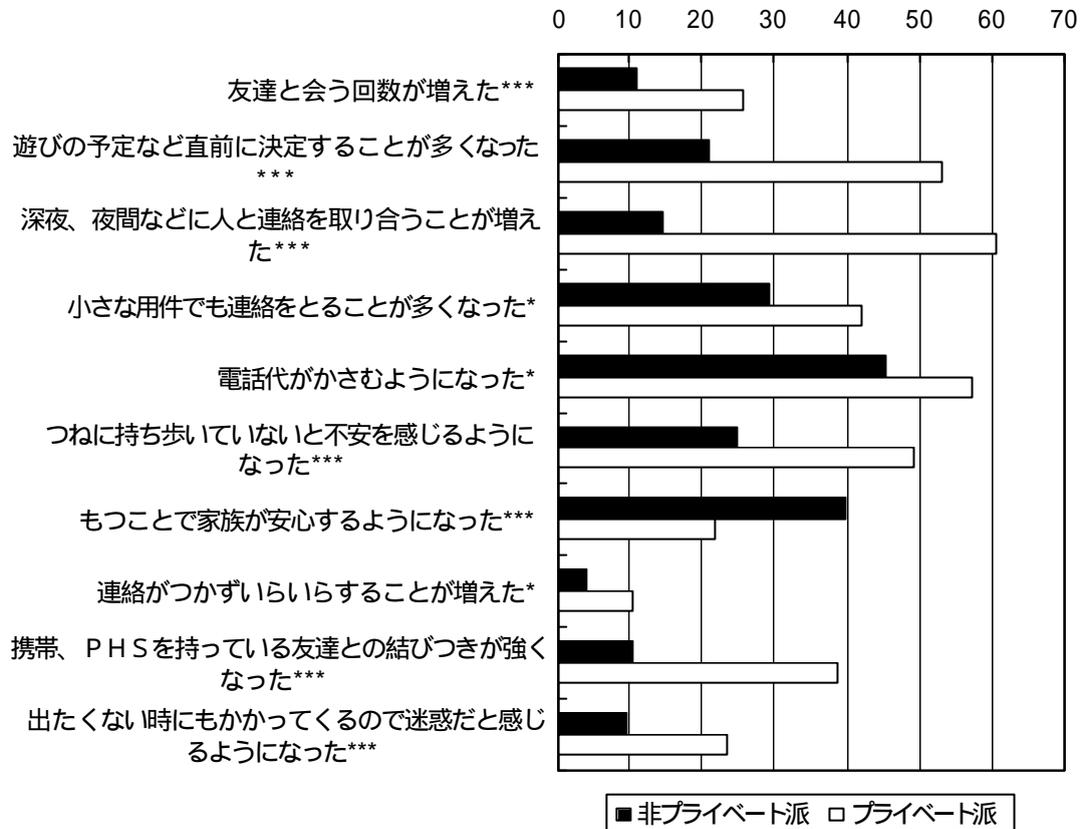


図 2.3.5 携帯電話・PHS の利用による変化（会話内容別）

（会話内容については χ^2 検定 *** : $p < 0.001$ ** : $p < 0.01$ * : $p < 0.05$ ）

(6) 総合的な関連

属性変数についての関連を見たところでは、図 2.3.6 に示すような結果が得られた。女性、若い年齢層、職業別には学生について、それぞれプライベート派において占める割合が有意に多い。

以上から、特に関連が強いと思われる変数について、それらを説明変数とし、プライベート利用を目的変数としたロジスティック回帰分析を行ない、変数間における因果関係の強弱の差について総合的に検討した。

結果は、図 2.3.7 に示すようになった。正の方向に非プライベート派に対する効果が見られた。変数としては、年齢と同居家族との通話が最も非プライベート派に対する効果が高く、性別（女性）が最もプライベート派に対して効果が高いという結果が見られた。そのほかでは、携帯電話の利用による変化に対する意識が比較的高い効果を見せていた。

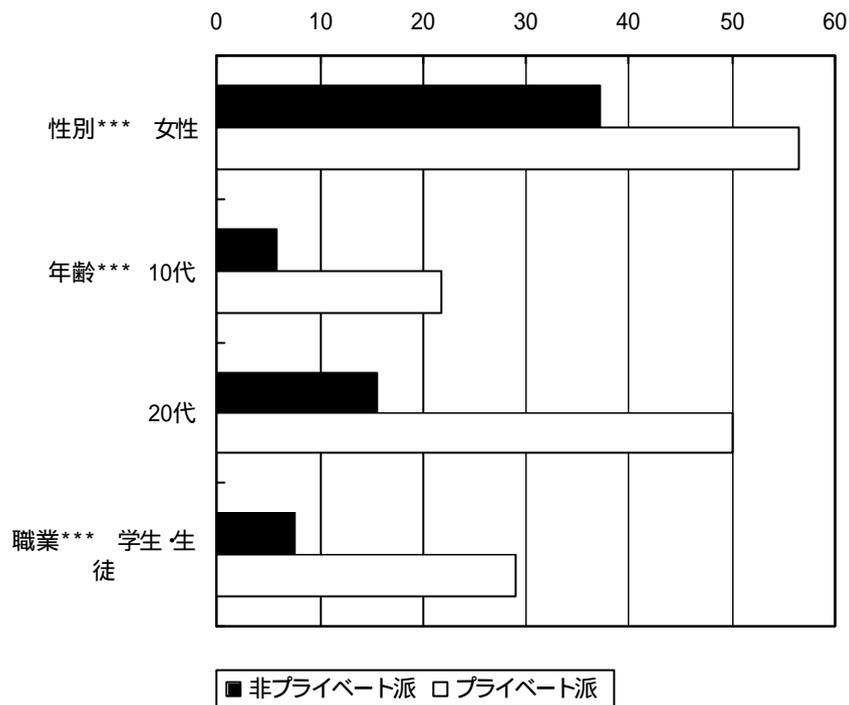


図 2.3.6 会話内容別に属性の占める割合
 (²検定 *** : p<0.001 ** : p<0.01 * : p<0.05)

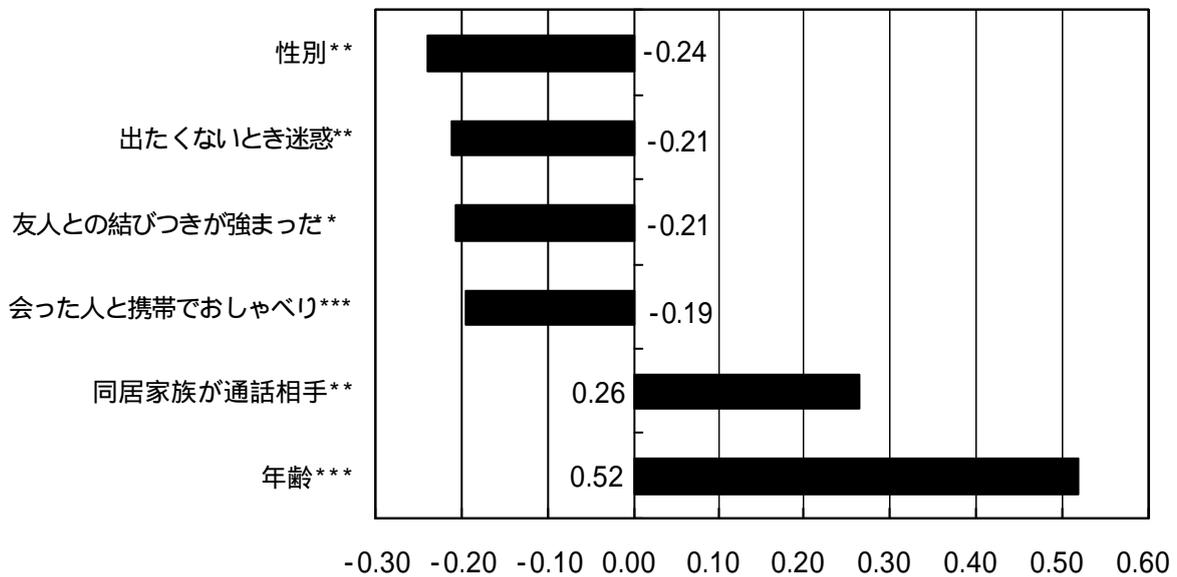


図 2.3.7 プライベート利用に関するロジスティック回帰分析
 (*** : p<0.001 ** : p<0.01 * : p<0.05)

総合的に見て、携帯電話における私的な会話は、従来に見られた「私的領域 = 家族」と

いう図式とは異なった意味での、より個人間の人間関係におけるプライベート性として、むしろ家族に向かう方向とは反対の次元に成立していると考えられる。しかしながら、そうしたプライベート性は決して閉鎖的なものではなく、電話番号をオープンにするといった項目と関連しているような形式で、開放された関係として展開している。これは現在の若い年齢層におけるオープンな人間関係への意識とも関連していると考えられる。

参考文献

橋元良明ほか(2000) 「携帯電話を中心とする通信メディア利用に関する調査研究」、東京大学社会情報研究所調査研究紀要第14号、83 - 192頁。